**Internalisasi Budaya Organisasai *Ethica Fashion and Friends* Pada Kegiatan *Morning of Spirit* (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Internalisasi Budaya Organisasai *Ethica Fashion and Friends* Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan**

**BAB I   
PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan pada era global saat ini membuat banyak perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan performa terbaiknya, banyak cara yang dapat dilakukan suatu perusahaan untuk mendongkrak dan meningkatkan performa tersebut guna mencapai tujuan perusahaan. Salah satunya dengan memberi motivasi pada karyawan agar kualitas kerjanya terjaga dan terus meningkat.

Motivasi kerja karyawan tentu sangat penting guna menjaga keberlangsungan suatu organisasi, menurut G. R. Terry (Hasibuan, 2003: 145), motivasi kerja dapat diartikan sebagai suatu usaha positif dalam menggerakkan, mengerahkan, dan mengarahkan daya serta potensi diri dalam bekerja agar secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan.

Dari hasil riset yang diselenggarakan oleh para konsultan McKinsey & CO untuk membantu strategi perusahaan menarik dan mempertahankan para karyawan berbakat, McKinsey bertanya kepada eksektuif puncak apa yang telah memotivasi karyawan mereka yang berbakat, Berikut ini cuplikan presentase di antara 200 ekeskutif puncak mengenai peringkat faktor esensial (untuk memotivasi karyawan berbakat) :

Tabel 1.1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Faktor** | **Persentase** |
| 1. | Nilai-nilai budaya | 58% |
| 2. | Kebebasan otonomi | 56% |
| 3. | Tugas mengandung tantangan-tantangan yang menggairahkan | 51% |
| 4. | Dikeola dengan baik | 50% |
| 5. | Kompensasi keseluruhan yang tinggi | 23% |
| 6. | Misi yang mengilhami | 16% |

*Sumber: Antonius&Antonina 2006*

Hasil riset di atas menunjukan bahwa nilai-nilai dalam budaya organisasi sangat mempengaruhi motivasi anggota organisasi dalam bekerja (Antonius&Antonina:2006) Selain itu, hal ini juga didukung oleh pernyataan Kotter dan Heskett (1997:18) yang mengatakan bahwa budaya organisasi yang kuat dapat membantu kinerja bisnis karena menciptakan suatu tingkat motivasi yang luar biasa dalam diri karyawan.

Meskipun semua perusahaan ingin menumbuhkan dan meningkatkan motivasi kerja karyawannya, tidak semua perusahaan menjadikan penanaman nilai-nilai budaya organisasi sebagai cara untuk menumbuhkan motivasi tersebut. Padahal, jika dikelola dan dikomunikasikan dengan baik budaya organisasi dapat menjadi satu cara yang tepat agar setiap karyawan dapat lebih termotivasi dalam bekerja sehingga organisasi dapat dengan mudah mencapai tujuannya.

Dewasa ini persaingan di dunia global semakin menuntut perusahaan untuk mampu berkomepetisi dan menghadapi segala tantangan kedepan, sehingga agar perusahaan mampu menjadi unggul, perusahaan harus memiliki kinerja yang baik demi mencapai tujuannya.

Dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditentukan tersebut, suatu organisasi memiliki visi, misi dan nilai-nilai tersendiri yang dijadikan acuan bersama. nilai-nilai itu juga disebut dengan budaya organisasi (*orgaization culture*) dimana budaya organisasi ini lah yang membedakan satu organisasi dengan organisasi lain. Esensi kehidupan organisasi dapat ditemukan pada budaya yang dimiliki organisasi bersangkutan. Dalam hal ini, kata “budaya” sendiri tidak mengacu pada hal-hal seperti suku, etnis atau latar belakang budaya seseorang namun menurut Pacanowsky dan Trujillo, budaya adalah cara hidup dalam organisasi (*a way of living*). Termasuk ke dalam budaya organisasi adalah iklim atau atmosfir emosi dan psikologis yang mencakup moral, sikap dan tingkat produktivitas karyawan atau anggota organisasi bersangkutan. Melalui sifat-sifat tersebut kita juga dapat mengetahui bagaimana karakter dari sebuah organisasi yang kemudian membentuk kepribadian organisasi.

Budaya organisasi juga mencakup seluruh simbol yang ada (tindakan, rutinitas, percakapan, dst) serta makna yang diberikan anggota organisasi kepada berbagai simbol tersebut.

Penelitian terdahulu tentang komunikasi organisasi telah menemukan bidang kajian komunikasi organisasi yang dibagi dalam tiga kategori, yaitu struktur, konteks, dan proses. Struktur mengacu kepada elemen-elemen yang membangun kehidupan organisasi, sedangkan konteks mengacu kepada kerangka yang mencakup perilaku dan aspek struktural organisasi, yang keduanya dimaksud dengan lingkungan organisasi. Bagian yang ketiga adalah proses yang melihat lingkungan dan faktor-faktor struktur organisasi yang memberikan dampak atau yang diciptakan oleh komunikasi. Dari ketiga bidang kajian komunikasi organisasi ini, budaya organisasi berada di bagian konteks atau lingkungan organisasi.

Sebagai sebuah pendekatan teoritis dalam komunikasi, budaya organisasi memusatkan perhatiannya pada model transmisi komunikasi untuk mengkaji bagaimana hubungan, budaya, dan organisasi dibentuk melalui komunikasi.

Budaya organisasi merupakan salah satu produk dari komunikasi organisasi yang dilakukan oleh setiap anggota yang berada di dalam suatu organisasi. Agar budaya organisasi tersebut dapat diterima dan dilaksanakan oleh karyawan, tentu perlu adanya proses internalisasi agar nilai-nilai pada budaya organisasi tersebut dapat dilaksanakan dengan baik dan sesuai. Menurut Antonius&Antonina dalam bukunya yang berjudul *Relasi Dengan Dunia*, internalisasi adalah proses menanamkan dan menumbuh-kembangkan suatu nilai atau budaya menjadi bagian diri (*self)* orang yang bersangkutan. Sedangkan menurut Rohmat Mulyana dalam bukunya *Mengartikulasikan Pendidikan Nilai*  internalisasi adalah menyatunya nilai dalam diri seseorang, atau dalam bahasa psikologi merupakan penyesuaian keyakinan, nilai, sikap, perilaku (tingkah laku), praktik dan aturan baku pada diri seseorang

Internalisasi memiliki hubungan yang erat dengan komunikasi. Internalisasi budaya dalam suatu organisasi, membutuhkan suatu komunikasi yang baik agar pesan-pesan yang disampaikan dari tingkat teratas dapat diterima dengan baik oleh seluruh anggota organisasi. Dalam prosesnya komunikasi berperan penting dalam penerapan budaya organisasi tersebut, karena perusahaan perlu mengkomunikasikan nilai-nilai budaya organisasinya dengan memberikan informasi yang tepat sehingga karyawan memiliki pemahaman yang baik dan sesuai mengenai budaya perusahaannya. Dimana perusahaan bertindak sebagai komunikator dan mediator untuk menentukan keberhasilan komunikasi dalam organisasi tersebut.

Komunikasi tentu juga dapat mempermudah internalisasi budaya organisasi, karena dengan adanya komunikasi yang optimal (dilakukan secara konsisten dan bisa dimengerti dengan jelas), maka anggota akan memiliki kesadaran yang tinggi terhadap budaya yang ada di dalam organisasi. .

Budaya organisasi suatu perusahaan biasanya merupakan nilai representasi dari visi dan misi perusahaan itu sendiri, misalnya seperti pada perusahaan *Ethica Fashion and Friends* yang merupakan perusahaan pakaian muslim yang berdiri sejak tahun 2012 dengan visi nya yakni “Menjadi perusahaan *fashion* terdepan dengan nilai spiritual berskala global”. Selain mengaplikasikannya pada produk pakaian Ethica yang di desain tertutup dan sesuai syariat islam, *Ethica Fashion and Friends* juga berusaha mewujudkan visi tersebut dengan dukungan budaya organisasi nya yang tak lepas dari nilai-nilai religus, dengan *tagline* yakni  *Enthusiasm, Team Work, High Performance, Integrity, Creativity, Spiritual.*

Seperti yang disebutkan sebelumnya bahwa untuk menginternalisasikan budaya organisasi pada karyawan, perlu dibangunnya komunikasi yang konsisten agar pesan atau nilai-nilai budaya organisasi tersebut dapat tersampaikan dengan optimal sehingga karyawan dapat benar-benar memahami dan meresapi setiap nilai-nilai budaya perusahaan tersebut, *Ethica Fashion and Friends* berupaya menanamkan dan mengimplementasikan nilai-nilai budaya organisasi tersebut secara konsisten,salah satunya melalui kegiatan *Morning of Spirit* yakni kegiatan rutin setiap hari Senin yang diadakan oleh *Ethica Fashion and Friends* bagi seluruh karyawannya mulai dari jajaran pimpinan hingga staff nya. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibu Ai Mutmainah selaku *Human Resource Development* (HRD) *Ethica Fashion and Friends* :

“Kegiatan *Morning of Spirit* adalah salah satu kegiatan yang mengemas ke enam point budaya organisasi kami menjadi satu kesatuan, kegiatan ini diwajibkan agar seluruh karyawan Ethica, khususnya di sekitar kantor pusat Bandung memiliki ke enam budaya organisasi tersebut” (Ai Mutmainah, 19 Desember 2019)

Budaya organisasi religius yang ditanamkan *Ethica Fashion and Friends* juga tercermin dari rangkaian kegiatan *Morning of Spirit* yang dimulai dengan membaca almasurat, dzikir pagi dan do’a bersama untuk perusahaan, karyawan dan konsumen. Dimana setiap divisi pada perusahaan *Ethica Fashion and Friends* akan mendapat bagiannya secara bergiliran setiap minggunya. Selain itu ada juga sesi *Inspiring Speech* yang tidak jarang juga menyampaikan pesan-pesan yang inspiratif dan mengandung nilai-nilai islami..

Dengan adanya kegiatan *Morning of Spirit* tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai pelaksanaan kegiatannya dan bagaimana implementasi budaya organisasi *Ethica Fashion and Friends* diterapkan dalam kegiatan tersebut sehingga memberikan morivasi kerja bagi para karyawan.

Selain itu, yang membedakan budaya organisasi *Ethica Fashion and Friends* dengan budaya organisasi lain dapat dilihat dari pengimplementasiannya yang dilakukan secara rutin dan konsisten dengan waktu yang lebih intensif yakni seminggu sekali setiap hari Senin, hal ini berbeda dengan salah satu perusahaan pakaian muslim lainnya di Bandung yang mengimplementasikan budaya organisasi nya melalui kegiatan bulanan, sehingga ini juga menjadi poin yang menarik peneliti untuk mempelajari dang mengamati lebih jauh mengenai implementasi budaya organisasi ini.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti membuat satu rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu **“Internalisasi Budaya Organisasai *Ethica Fashion and Friends* Pada Kegiatan *Morning of Spirit* (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Internalisasi Budaya Organisasai *Ethica Fashion and Friends* Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan**

**1.2 Rumusan Masalah**

**1.2.1 Rumusan Masalah Makro**

Bagaimana Internalisasi Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Pasa Kegiatan *Morning of Spirit* ?

**1.2.2 Rumusan Maslah Mikro**

1. Bagaimana **Pemahaman Nilai-Nilai** Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Pada Kegiatan *Morning of Spirit* ?
2. Bagaimana **Interpretasi Simbol** Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Pada i Kegiatan *Morning of Spirit* ?
3. Bagaimana **Interpretasi Tindakan** Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Pada Kegiatan *Morning of Spirit* ?

**1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai Internalisasi Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Pada Kegiatan *Morning of Spirit* sebagai berikut :

**1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis menjawab, dan menguraikan mengenai Bagaimana Internalisasi Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Pada Kegiatan *Morning of Spirit*

**1.3.2 Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian tentunya memiliki tujuan,dimana tujuan dari penyusunan skripsi yang dilakukan akan dijelaskan seperti yang tertera di bawah ini, diantaranya:

1. Untuk mengetahui **Pemahaman Nilai-Nilai** Budaya *Organisasi Ethica Fashion and Friends* Pada Kegiatan *Morning of Spirit*
2. Untuk mengetahui **Interpretasi Simbol** Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Pada i Kegiatan *Morning of Spirit*
3. Untuk mengetahui **Interpretasi Tindakan** Budaya *Organisasi Ethica Fashion and Friends* Pada Kegiatan *Morning of Spirit*

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat sesuai dengan tujuan penelitian diatas. Adapun kegunaan penelitian baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

**1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis**

Kegunaan secara teoritis dari penelitian ini, diharapkan dapat membantu dalam pengembangan pengetahuan (*sains*). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, menambah dan sebagai sarana untuk mengembangkan keilmuan yang umumnya berhubungan dengan ilmu komunikasi.

**1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis**

Adapun hasil penelitian bagi kegunaan praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sebuah aplikasi ilmu yang selama studi diterima secara teori dan diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dalam bidang ilmu komunikasi khususnya konsentrasi Humas.Penelitian ini dapat mengembangkan kemampuan peneliti dalam hal menganalisis permasalahan dan mencari jawaban atas sebuah masalah. Peneliti membahas mengenai bagaimana Internalisasi Budaya Organisasi Ethica Fashion and Friends Pasa Kegiatan Morning of Spirit Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan

1. Bagi Akademik

Penelitian ini secara praktis berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) secara umum, dan mahasiswa Ilmu Komunikasi konsentrasi Hubungan Masyarakat secara khusus sebagai literatur, referensi, informasi dan evaluasi terutama untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama mengenai bagaimana Internalisasi Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Pasa Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan

1. Bagi *Ethica Fashion and Friends*

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan di masa yang akan datang. Selain itu, penelitian ini diharapkan sebagai bahan evaluasi untuk *Ethica Fashion and Friends* sehubungan dengan Internalisasi Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* pada kegiatan *Morning of Spirit* dalam memberikan motivasi kerja karyawannya.